Sylvie HERTRICH

ASSOCIATE PROFESSOR, Ph.D.
University of Strasbourg
Centre d'Études des Sciences Appliquées à la Gestion
CESAG Research Center
sylvie.hertrich@em-strasbourg.eu
+ 33 (0)3 68 85 80 73
Date of arrival at EM Strasbourg Business School: 1996

/// Education

Doctorat ès sciences de gestion, Panthéon Assas, Université Paris 2, septembre 2008
DESS Commerce International, IECS de Strasbourg
Harvard Summer School, Cases Studies, Harvard University
BCAE, IAE Strasbourg
Maîtrise Sciences Économiques, ULP Strasbourg

/// Research Topics

Communication, International marketing, Event-marketing, Automotive, Tourism

/// Intellectual contributions

PEER REVIEWED JOURNAL ARTICLES

«Sponsoring sportif : valeurs sportives ou marchandisation ?», *Problèmes économiques* 2,943, 2008 (in coll. with G. Tribou).

«AUDI AG : un succès signée made in Germany», *Regards sur l'économie allemande* 80, 2007, (in coll. with U. Mayrhofer).

«Les défis à l'international d'un constructeur automobile haut de gamme : un entretien avec Patrice Franke, Directeur Général d'Audi France», *Décisions Marketing* 43-44, 2006, p. 137-146 (in coll. with U. Mayrhofer).

«Les stratégies des constructeurs franco-allemands», *Problèmes économiques* 2836, 2003, p. 1-6 1(in coll. with C. Barmeyer).

«Marchés automobiles et stratégies des constructeurs français et allemands», *Regards sur l'économie allemand*e 63, 2003 (in coll. with Ch. Barmeyer).

TEXTBOOK

Cas en Marketing, Colombelles, Éditions Management & Société, Coll. Études de cas, 2008, (in coll. with U. Mayrhofer).

CHAPTERS IN RESEARCH BOOKS

«The Marketing Policy of Adidas for the European Market», *in:* P. Ghauri, *Ph. Cateora International Marketing,* European Edition, McGraw Hill Education, 2009 (in coll. with U. Mayrhofer).

«Key Success Factors of Theme Parks: the Experience of Walt Disney Company», *in:* P. Ghauri, Ph. Cateora, *International Marketing,* European Edition, London, McGraw Hill Education, 2005, second edition (in coll. with U. Mayrhofer).

«Strategic Alliances in the Global Airline Industry: From Bilateral Agreements to Integrated Networks», *in:* P. Ghauri, *Ph. Cateora, International Marketing,* European Edition, London, McGraw Hill Education, 2005, second edition (in coll. with U. Mayrhofer).

CHAPTERS IN TEXTBOOKS

«Analyse et stratégie marketing : Cas «Futuroscope», *in:* U. Mayrhofer, S. Hertrich, *Marketing Case Studies,* Colombelles, Editions Management & Société, Coll. Études de cas, 2008 (in coll. with U. Mayrhofer).

PAPERS PRESENTED AT INTERNATIONAL ACADEMIC CONFERENCES

«Bringing the Bike Home: Hosting One Day of the 92nd Tour de France as a Marketing Tool to Position a New Exhibition Center», *International Convention & Expo Summit,* Hong Kong, China, 2006 (in coll. with G. Schwandner, M. Wacker, G. Neumann).

«The role of events in promoting a destination: the case of Strasbourg as a Christmas Capital», *11th APTA (Asia Pacific Tourism Association) Conference,* Goyabg, Gyeonggi Province, Korea, 2005.

«French-German Cooperation on Event-Management Degree Course», *1st international conference on Business Tourism,* Barcelona, Spain, 2004 (in coll. with R. Davidson, G. Schwandner).

«How Europe can capture Chinese MICE ?», *10th APTA (Asia Pacific Tourism Association) Conference,* University of Nagasaki, Japan 2004 (in coll. with R. Davidson, G. Schwandner).

«Strategic Alliances in the Global Airline Industry: From Bilateral Agreements to Integrated Networks», *9th APTA (Asia Pacific Tourism Association) Conference,* University of technology, Sydney, Australia, 2003 (in coll. with U. Mayrhofer).

«Success Factors of Theme Parks: the Experience of Walt Disney Company», *9th APTA (Asia Pacific Tourism Association) Conference,* University of technology, Sydney, Australia, 2003 (in coll. with U. Mayrhofer).

PAPERS PRESENTED AT FACULTY RESEARCH SEMINAR

«Sponsoring sportif : la place de l'éthique», *1re Journée sur la Communication Marketing,* Cerefige, AFM, Nancy 2004 (in coll. with G. Tribou).

BOOK REVIEW

«La bibliothèque de l'enseignant-chercheur en marketing international», *Recherche et Applications en Marketing* 23, 1, 2008, p. 106-108.

WRITTEN CASES WITH INSTRUCTIONAL MATERIALS

Peugeot : Le lancement de la 308 CC, Paris, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, 2009 (in coll. with U. Mayrhofer).

Hilton: The 4-Star Hotel Market, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2009 (in coll. with U. Mayrhofer, R. Davidson).

Adidas : la femme est l'avenir du sport, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2007 (in coll with U. Mayrhofer).

Audi: The lauch of the A3 Sportback, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2006 (in coll with U. Mayrhofer).

Windsor Palace : le développement d'un nouveau concept marketing dans un pays émergent, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2006 (in coll with U. Mayrhofer).

Hilton : le marché de l'hôtellerie de luxe, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2005 (in coll with U. Mayrhofer).

Audi : Le lancement de l'Audi A3 Sportback, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2005 (in coll with U. Mayrhofer).

Adidas: The athletic shoes market, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2005 (in coll with C. Roederer, U. Mayrhofer).

The Marketing Plan, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2005 (in coll with C. Roederer, U. Mayrhofer).

Adidas : le marché de la chaussure de sport, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2004 (in coll with U. Mayrhofer).

Astérix : ils sont fous ces Gaulois !, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2004 (in coll with U. Mayrhofer).

Disneyland Paris : 2 ans après le lancement de Walt Disney Studios, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2004 (in coll with U. Mayrhofer).

Club Med : Oyyo, 3 ans après le lancement, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2004 (in coll. with U. Mayrhofer).

Le Plan Marketing, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2003 (avec U. Mayrhofer).

Festival : le spécialiste européen des croisières, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2003 (in coll. with U. Mayrhofer).

Sahara Palace : commercialiser un hôtel de luxe dans le désert tunisien, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2002 (in coll with U. Mayrhofer).

Club Med : OYYO, un nouveau concept de vacances, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2001 (in coll with U. Mayrhofer).

Disneyland Paris : le lancement de Walt Disney Studios, Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques, Paris, 2001 (in coll with U. Mayrhofer).

DOCTORAL THESIS COMPLETED

Les déterminants de la communication évènementielle : une analyse de l'industrie automobile, research director Pr. Patrick Hetzel, Panthéon Assas, Université Paris 2, septembre 2008.

ADMINISTRATIVE AND ACADEMIC RESPONSIBILITIES

Head of Master 2 Marketing – Head of Master 2 Event Management
Head of the university diploma in Event Management at Négocia, CCIP Paris

MAIN COURSE(S) TAUGHT AT EM STRASBOURG BUSINESS SCHOOL

Business Skills
Destination Marketing
International Marketing
Communication Marketing strategy Case studies